

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:
ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN EN CAMPAÑAS SOBRE MUJERES
CRIMINALIZADAS POR ABORTO. EN FANPAGE SURKUNA ECUADOR
AÑO 2018- 2019.

AUTORA:
LILIAN CRISTINA SIMBAÑA SIMBAÑA

TUTORA:
JOHANNA FRANCISCA ESCOBAR TORRES

Quito, septiembre de 2020

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo Lilian Cristina Simbaña Simbaña con documento de identificación N°1716588569, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de grado/titulación intitulado: “Estudios de la comunicación en campañas sobre mujeres criminalizadas por aborto en fan page Surkuna Ecuador año 2018-2019 ”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor/es me/nos reservó/reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Lilian Cristina Simbaña Simbaña

1716588569

18 de septiembre de 2020

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el Artículo académico ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN EN CAMPAÑAS SOBRE MUJERES CRIMINALIZADAS POR ABORTO EN FAN PAGE SURKUNA ECUADOR AÑO 2018-2019 realizado por Lilian Cristina Simbaña Simbaña, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, septiembre 2020

A handwritten signature in blue ink that reads "Johanna E. s".

Johanna Francisca Escobar Torres
1714010301

Dedicatoria

A mis hijos Mauricio y Dayana por el apoyo incondicional, por la paciencia y sobre todo por el amor, ya que son la mejor motivación que tengo en mi vida, porque me empujaron a conseguir esta meta que no fue fácil. A ustedes que son la bendición más hermosa que Dios me regalo.

A mi Madre desde el cielo por guiarme.

Índice

Introducción.....	1
Redes Sociales una comunicación dinámica	3
¿Qué dice el COIP acerca de criminalizar a las mujeres por aborto?	5
Facebook como medio de difusión.	6
¿Qué dicen los movimientos feminista pro aborto?	8
Metodología	10
Resultados	14
Recursos	15
Discurso feminista en internet.....	20
Ventajas y desventajas de campañas en Facebook.....	21
Conclusiones	23
Referencias bibliográficas.....	27
Anexos	30
Figura 1. Registro de menores a 15 años con hijos nacidos vivos en el Ministerio de Salud Pública en 2015.	30
Figura 2. Mujeres criminalizadas por abortar en Ecuador	31
Tabla 3. Principales actores del discurso a favor de las mujeres criminalizadas por aborto	32
Tabla 4. Estrategias de Comunicación en Fan Pages Surkuna Ecuador sobre la criminalización de mujeres por aborto.....	34
Tabla 5. Estrategias de Comunicación en Fan Pages de la Fundación Desafío sobre la criminalización de mujeres por aborto	37

Resumen

El análisis y desarrollo del presente trabajo pretende establecer una comparación discursiva generada en las campañas comunicativas de las organizaciones feministas Surkuna Ecuador y Fundación Desafío, en la red social Facebook sobre la criminalización de mujeres por aborto, y los factores que inciden a diseñar campañas publicitarias sobre el cuerpo como parte de un factor político en el sistema social.

Dentro del desarrollo se conocerá cómo se maneja la narrativa a favor del aborto, la orientación del artículo está dirigido al discurso que generan los colectivos feministas para visibilizar que el no permitir que las mujeres decidan sobre su cuerpo es una violación a los derechos humanos.

El diseño de la investigación se argumenta en la necesidad de mostrar el alcance de la publicidad social en las campañas #niñasmadres y #AbortoPorViolacion mostrando las estrategias comunicacionales pensada por grupos que promueven la legalización del aborto en Ecuador. Se considera la opinión de los seguidores de las Fanpages sobre la petición de analizar los artículos 149 y 150 que penalizan el aborto.

La investigación tiene un enfoque cualitativo orientado al análisis de contenidos de las publicaciones desde enero del año 2018 a noviembre del año 2019 enfocados en recursos audio visuales utilizados.

Palabras claves: Publicidad Social, Campañas, Discurso, Aborto, Criminalización

Abstract

The analysis and development of this work try to establish a discursive comparison generated in the communication campaigns of feminist organizations Surkuna Ecuador and challenge foundation, on the social network Facebook about the criminalization of women by abortion, and the factors that influence the design of advertising campaigns on the body as part of a political factor in the social system.

Within the development it will be known how the narrative in favor of abortion is handled. The orientation of the article is aimed at the discourse generated by feminist groups to make it visible that not allowing women to decide about their bodies is a violation of human rights.

The design of the investigation is argued on the need to show the scope of social advertising in the #girls not mothers and #rape abortion showing the communication strategies devised by groups that promote the legalization of abortion in Ecuador. The opinion of the followers of the Fanpages on the request to analyze articles 149 and 150 that criminalize abortion is considered.

The research has a qualitative approach oriented in the content analysis of the publications from January 2018 to November 2019 on the reformulation of the mentioned articles.

Keywords: Solidarity Advertising, Campaigns, Speech, Abortion, Criminalization

Introducción

El presente artículo está enfocado en realizar un análisis comparativo del discurso que se utiliza en las campañas comunicativas de la organización Feminista Surkuna Ecuador, y de la Fundación Desafío en Facebook sobre la difusión de mensajes entorno a la criminalización de las mujeres que abortan, y está encaminada a identificar las características en la narrativa del debate sobre la despenalización del aborto con las que inundan la red social con estrategias publicitarias sociales que se viralizan en esta plataforma digital.

Al realizar este análisis comparativo en el entorno comunicativo de las redes sociales se encontró, varias categorías de análisis como son: el uso de las redes sociales; el aborto y las leyes en Ecuador; el discurso de movimientos feministas; estrategias de comunicación en los medios online; publicidad social y la opinión pública. La recolección de datos empezó en el mes de enero del 2018 y finalizó el mes de noviembre del 2019.

Tiempo en el cual se formularon debates sobre la ley, por lo tanto, se desplegaron varias líneas de acción y estrategias comunicativas por parte de los movimientos feministas en contra de la criminalización de las mujeres por aborto en Ecuador. También se ha realizado recolección de información a través de diversas fuentes de varios autores, para conocer más detalladamente la conceptualización básica del discurso en redes sociales sobre el aborto, la criminalización de las mujeres ecuatorianas y la publicidad social, las cuales cuentan con diferentes sustentos conceptuales.

Es importante señalar que en este trabajo se indagó sobre la narrativa que se utiliza en la construcción de las campañas comunicacionales en Facebook podemos evidenciar que existe una conexión bidireccional con diferentes enfoques y estrategias que buscan y diseñan campañas con efecto viral, los usuarios al compartir el mensaje nos convertimos en difusores ya que en este espacio se publica lo que en los medios tradicionales no.

Las redes sociales a más de ser medios de comunicación interactivas e inmediatas son medios de difusión de mensajes con fines políticos, económicos, sociales y publicitarios en este último Roland Barthes en su obra "*Elementos de la semiología*" se enfoca en el capítulo *la retórica de la imagen* en analizar las características de la de la imagen desde una crítica estructuralista catalogándola en el campo de la lingüística como la ciencia de los signos refiriéndose que: "en la publicidad el significado es sin duda intencional" (Barthes, 1964, pág. 1).

El autor se refiere a que en la imagen publicitaria están presentes tres tipos de mensajes de los que sobresalen el mensaje connotado y el mensaje denotado, es precisamente mediante el significado del pañuelo verde que usan los colectivos feministas en las Campañas que dan una identidad de lucha a favor de la despenalización del aborto logrando una identificación inmediata del colectivo con prendas que son usadas como un símbolo de expresión, para transmitir mensajes en este caso el pañuelo de color verde, simboliza el derecho a la legalización del aborto, las mujeres que lo llevan lo hacen con la intención de pedir legalizar el derecho a decidir sobre su cuerpo.

Se debe tener claro cuáles son las estrategias de comunicación en los medios on line porque son las primeras opciones elegidas por parte de diferentes movimientos políticos y sociales por su fácil acceso, velocidad y alcance para promocionar

campañas de origen social. En este sentido Orihuela, J. 2002 Plantea algunos paradigmas de la e-Comunicación mediática que nace con la red argumentando que:

Los servicios de información online no sólo se orientan a targets con perfiles demográficos, profesionales o económicos similares, sino que se orientan a individuos, ya que la Red permite responder a las demandas de información específicas de cada usuario en particular (Orehuela, 2002, pág. 1). Permitiendo utilizarla como herramienta de difusión de distintos discursos, beneficiando la comunicación interactiva, la que permite construcciones simbólicas e ideológicas en el contexto social que giran en torno al aborto, sacando a la luz la confrontación entre el discurso del derecho a la vida y el derecho a decidir sobre el cuerpo de las mujeres.

Redes Sociales una comunicación dinámica

Con el pasar de los años la comunicación digital ha progresado obteniendo respuestas inmediatas a cada una de las publicaciones, por tal motivo la modalidad discursiva utilizada para encabezar ciertos términos dirigidos a un destinatario que no se interpone en el escenario comunicativo es siempre constante, en donde la publicidad social es más cercana con los usuarios, la que nos permite compartir y seleccionar lo que queremos ver, fomentando una manera diferente de formar parte de grupos con distintas ideologías.

Benet y Aldas 2003 hablan de algunos elementos sobre “el estudio de las campañas de publicidad social y sus efectos en la ciudadanía” resaltando la “diferencia entre la Publicidad Comercial y Publicidad Social” y dice que:

mientras la publicidad comercial busca generar una influencia muy inmediata sobre el comportamiento para incitar a la acción (compra de un producto) y obtienen una conversión táctica del consumidor, la publicidad social por el contrario debe seguir un proceso más largo y profundo para modificar las creencias, las ideologías y cambiar las actitudes a largo plazo (Benet & Aldas, pág. 87).

Las redes sociales se convirtieron en un nuevo espacio para la creación de diferentes elementos del lenguaje que buscan satisfacer a grupos específicos de interés; de allí nacen las campañas comunicacionales y la publicidad social, considerados como una táctica que se va implementando en la sociedad.

Los nuevos modos de comunicar, el progreso de la tecnología y las redes sociales específicamente Facebook hacen posible dirigir mensajes en función del interés de los usuarios y se han convertido en uno de los recursos más poderosos para conseguir seguidores, fomentando el cambio de comportamiento de los usuarios, quienes sienten la necesidad de establecer contenidos que promueven su consumo, interacción y viralización. En este sentido Scolari, C. 2008 desde una óptica semiótica analiza la teoría de la comunicación digital interactiva y el saber comunicacional al que define como: “la llegada de la comunicación digital como una crisis de los modelos teóricos tradicionales (...). Planteando la necesidad de generar nuevos paradigmas teóricos que permitan entender lo que está pasando en el mundo de las comunicaciones digitales interactivas” (Scolari, pág. 116).

Es importante resaltar el papel de los medios de comunicación digitales hoy en día porque es a través de estos que se promueven diferentes discursos frente al aborto y la criminalización de las mujeres, los mismos que incluyen temas que se los abordan desde diferentes ópticas.

¿Qué dice el COIP acerca de criminalizar a las mujeres por aborto?

Para tener un mejor acercamiento al tema es necesario conocer las causas que dieron inicio al discurso generado por movimientos feministas el que dio paso a campañas comunicacionales en la Fanpage de Surkuna y la Fundación Desafío sobre el tema, y son los art.149 y 150 del Código Orgánico Integral Penal (COIP). Que dice:

el aborto tiene consecuencias legales, tanto para quienes provean el servicio como para las mujeres, incluyendo la privación de libertad de 6 meses a 2 años para la mujer que haga algo para abortar o consienta en que le realicen un aborto (COIP, 2014, pág. 26). Ley que tipifica el aborto como delito y que entró en vigencia en Ecuador en el año 2014, pero que se debatió la reforma y despenalización en casos de violación, con votación de los asambleístas en el mes de septiembre del 2019 negando dicha propuesta. El mencionado artículo de ley dio como resultado discursos de movimientos y organizaciones que luchan y defienden el aborto legal y gratuito como derecho de las mujeres, a través de campañas de publicidad social en Facebook generando diversas reacciones al contenido de las publicaciones.

Según datos recopilados del medio de comunicación digital comunitario Wambra.ec en un artículo realizado sobre el rostro de las mujeres criminalizada por abortar: empobrecidas y jóvenes, el Consejo de la Judicatura, registra 134 causas legales ingresadas por aborto consentido entre 2014 y 2018 (Wambra.ec, S/F) . Generando que en los últimos años se realizan varias campañas como #niñasnomadres y #AbortoPorViolacion. Porque es en base a estos indicadores que los colectivos trabajan en Facebook incitando a los seguidores de la Fanpage a firmar y compartir una petición de volver a analizar el artículo que penaliza el aborto para exigir al Estado Ecuatoriano se reforme los artículos 149 y 150 del Código Orgánico Integral Penal (COIP).

Facebook como medio de difusión.

Facebook al ser un sitio web gratuito sirve de mediador para la creación de grupos sociales mejorando la interconexión de los colectivos en este caso los feministas, permitiendo superar barreras y conseguir logros en materia de derecho sexual y reproductivo de las mujeres que es en lo que los colectivos feministas se ha enfocado al realizar campañas a favor de la protección y la defensa legal de mujeres que son judicializadas por aborto en Ecuador, su principal acción es la *lucha por el aborto libre, legal, seguro y gratuito* y sobre todo conocer de cerca la realidad de las mujeres juzgadas por ese delito, ya que el Estado no defiende este tipo de casos, por lo que las mujeres por falta de recursos no pueden acceder a una defensa justa.

Y es con el objetivo de buscar un libre acceso a la defensa de las mujeres que se nace Surkuna , organización con enfoque de género y derechos humanos que brinda defensa legal y gratuita y que como parte de una estrategia comunicativa implementa técnicas en las campañas publicitarias, tomando en cuenta factores sociales muchas veces subjetivas a través de internet que es una manera fácil de llegar al público porque en la actualidad en Ecuador no existe regulación para la publicación de contenidos, esto según el Reglamento General de la Ley Orgánica De Comunicación.

¿Cuál es el rol de las plataformas digitales en Ecuador?, Se expone que el uso de los medios digitales de gran alcance como es la red social Facebook, ha sido utilizado como herramienta de difusión de distintos discursos, que tienen efecto de convocatoria masiva, beneficiando la transmisión y el intercambio de información. En este contexto es importante citar a Aldana Mario (2000) quien hace una reseña de la *Era de la Información, Realidades y Reflexiones sobre la Globalización de Manuel Castells* Centrándose en:

el análisis de una nueva sociedad que se encuentra en la revolución de las tecnologías de la información, cuyo principal carácter no es la acumulación de conocimiento e información, sino la aplicación de ambos en la construcción del conocimiento y procesamiento de la información comunicación en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos (Aldana, pág. 286).

Actualmente vivimos en una sociedad en donde la digitalización de discursos ha producido una profunda transformación de los modos de relacionarse, de crear la imagen que queremos proyectar a los demás y del propio concepto de realidad. una realidad plural a la que nos vemos expuestos. Por esta razón, estamos ante un nuevo concepto de identidad virtual que es el resultado de la interacción en las redes sociales y plataformas virtuales.

Es importante resaltar el papel de los medios de comunicación alternativa como agentes de sensibilización de la opinión pública, porque pueden promover reacciones a través diferentes discursos frente al aborto, es por ello que se trata de incluir a trabajos que aborden el tema desde diferentes aspectos como el análisis del discurso, la participación de las TIC y más actores sociales. En el consumo de información por internet en los últimos años se ha observado que esta red sirve para para la difusión de diferentes mensajes con objetivos que van desde el entretenimiento hasta la transmisión de opiniones, en donde la circulación y el consumo de mensajes es cada vez más inmediato.

Y por ende nacen diferentes discursos y desde los postulados del autor Michel Foucault (1970) dice que: “En toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros” (p.14), recalando el poder que ejercen los

discursos sobre todo en la sociedad. En el texto de Foucault se encuentran muchos elementos para que este trabajo tenga un nivel más amplio de información y pueda arrojar resultados, ya que el contenido permite conocer sobre lo que constituye el discurso en la sociedad.

Varios movimientos feministas realizan recursos escritos, y audiovisual que se plasmaron en campañas vía redes sociales que tuvieron por objetivo mostrar al Estado ecuatoriano la realidad que tienen que vivir las mujeres que han sido criminalizadas por aborto, la construcción de los mensajes y los argumentos que circulaban en torno al tema fue vital para los movimientos feministas, ya que de ello dependía que dichos mensajes influyan en la toma de decisiones por parte de los miembros de la Asamblea General del Ecuador.

En Ecuador se registraron diferentes reacciones por cierto sectores de la sociedad especialmente por movimientos feministas pro aborto y otras organizaciones pro vida poniendo en evidencia la falta de solidaridad con las niñas, mujeres y cuerpos gestantes víctimas de violación que son procesadas legalmente.

¿Qué dicen los movimientos feminista pro aborto?

Diversas organizaciones civiles y feministas a favor del aborto por violación argumentan que “obligar a continuar un embarazo no deseado, es una forma de tortura” y por ello piensan que las mujeres deben empoderarse de su cuerpo y tomar su propia decisión sobre el mismo y no dejar que el Estado decida por ellas. En el texto “Implicaciones de la criminalización del aborto en Ecuador” que lo expone la autora Guerra R. Elsa 2018 sobre: “la criminalización de la interrupción del embarazo, además de permitir la violación de varios derechos constitucionales y humanos, también debe ser observada como una muestra del uso patriarcal del derecho para atar

el cuerpo de las mujeres” (Guerra, pág. 127). La autora plantea varias alternativas, que buscan que los movimientos feministas logren, para que se reconozca a las mujeres ecuatorianas como sujetos capaces de tomar decisiones en el campo de la salud reproductiva.

No se puede dejar de lado el criterio de más organizaciones no gubernamentales que manejan la misma ideología desde diferentes enfoques del discurso en este caso la Fundación Desafío que se crea en el año 2000 con el objetivo de apoyar a las mujeres que no pueden decidir sobre su cuerpo y salud reproductiva, poniendo en evidencia la violencia sexual a las que las ecuatorianas están sometidas y los difícil que es acceder a anticonceptivos de emergencia y la situación legal con respecto al aborto. La Fundación Desafío al conocer de cerca la situación busca la equidad en el ejercicio de los derechos sexuales y derechos reproductivos, potenciando y facilitando la toma de decisiones libres y responsables en la sexualidad y la reproducción con énfasis en las mujeres y población adolescente, formando un espacio feminista que ejecuta proyectos para mejorar la calidad de vida de sectores vulnerables de la sociedad.

Finalmente, los movimientos feministas aprovechando el espacio virtual han hecho posible que se conozcan sus demandas mediante la difusión de su lucha para despertar la reflexión en la ciudadanía sobre sus principales peticiones que son; que las mujeres puedan decidir libre y voluntariamente si quieren o no tener hijos con campañas que incluyen mensajes sobre el aborto de manera segura y gratuita sin ser criminalizada como parte de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres.

Metodología

El presente trabajo tiene como objetivo identificar las características de los discursos en las campañas comunicativas de los colectivos feminista Surkuna Ecuador, tomando como estudio de caso #niñasmadres que se trata de una campaña conformada por una serie de piezas audiovisual de ciertos casos en los que se observan a mujeres y personajes con testimonios como:

“esta soy yo cuando era niña a la edad de x años me gustaba, ir a la escuela y aprender música, no imagino mi vida en ese momento teniendo la hija de un violador, las niñas son niñas, las niñas no son madres”. (Surkuna, 2019)

A los que posteriormente se realiza un análisis comparativo del discursivo, con publicaciones de la Fanpage de la Fundación Desafío espacio feminista que trabaja en la promoción y defensa de que los derechos sexuales y reproductivos con el #AbortoPorViolación con la que exigen al estado ecuatoriano que *respete los derechos de las mujeres a decidir sobre su cuerpo* (Desafío, 2019) en ambos casos alcanzando niveles altos de popularidad en la red social Facebook.

Aplicando la metodología cualitativa para fundamentar las teorías necesarias en el estudio descriptivo, se accedió a la información mediante la observación y seguimiento a las Fanpages de Surkuna y Desafío desde enero del año 2018 a noviembre del 2019, porque es en este tiempo donde se intensificaron las campañas debido a que se envió a la Asamblea General el proyecto de ley que pide reformulación de los artículos 149 y 150 del COIP.

Para comprender la funcionalidad de las campañas comunicativas y de la publicidad social. En base a la información cualitativa se logró un acercamiento a las principales

autoridades de los colectivos las que respondieron a varias inquietudes. La primera entrevista se la hizo a la Abogada Ana Cristina Vera Sánchez, (Surkuna) lo que sirvió para validar la información y ahondar en ciertos parámetros que no estaban claros.

Como parte del procedimiento se recopiló 4 entrevistas a representantes de organizaciones y movimientos feministas que se autodenominan pro aborto, estas entrevistas aportarán datos muy relevantes para percibir el discurso desde diferentes ópticas.

El trabajo se lo hace con la finalidad de identificar el discurso que es empleado en las cuentas de Fanpage que en la actualidad son unos de los medios digitales más usado para la difusión de publicidad social e influyente entre los usuarios de estos medios digitales que está de moda.

La indagación parte sobre el papel de los discursos en las campañas de comunicación de Surkuna, las que se construyen a partir de los mensajes emitidos por el movimiento feminista pro aborto, para la sensibilización de los usuarios mediante las cuales transmiten la realidad que se vive en este contexto, que tienen respuestas a favor o en contra del discurso emitido en su contenido, el que se basa en la reflexión sobre el lenguaje publicitario que se difunde con fines sociales.

El estudio de las herramientas de interacción de las redes sociales y de los propósitos discursivos de la organización indica que el desarrollo de las dinámicas de participación entre los usuarios, marcan un nuevo concepto de identidad que nace de estos escenarios que se consideraban necesarios como indicadores del ciber-discurso.

Finalmente se aplicará el método del análisis comparativo del discurso en los puntos que tienen en común ya que una de las acciones que toman ambos colectivos es para concientizar a la población sobre la problemática que gira en torno al aborto con

campañas que dan cuenta de las nuevas formas de comunicación digital. En este trabajo se aplican conceptos desarrollados como un primer acercamiento para analizar datos específicos del discurso que se difunde a través de la fan page y conocer el ambiente en el que se desenvuelve la campaña de publicidad social tomando en cuenta los actores claves, y conocer a qué público está dirigido, para identificar mejor la problemática y tener una idea del impacto que tiene este fenómeno en la sociedad.

La base para sistematizar los datos recolectados en la investigación serán las publicaciones de la página de Surkuna Ecuador y Fundacion Desafio en Face Book, ya que son constantes al trabajar discursos en rechazo a los artículos 149 y 150 del Código Orgánico Integral Penal, aplicando la técnica de investigación cualitativa que es clave para entender su conducta.

También se emplea el enfoque interaccional porque este considera a la comunicación es un sistema abierto de interacción y técnicas para distinguir los resultados de las entrevistas y observaciones, con esta herramienta, se podrá analizar los factores positivos y negativos, con la finalidad de obtener los resultados necesarios que aporten a la identificación de las características de acuerdo a la teoría planteada. Los métodos que se utilizan son, el análisis, deductivos e inductivos, por lo que se pretende recopilar datos y analizarlos. El tipo de investigación que se utilizará es la descriptiva, se buscan especificar los factores, características y perfiles de personas, grupos, movimientos organizaciones que se sometan al análisis.

En la realización del presente artículo se utilizará las siguientes técnicas: la observación a partir del análisis del discurso, esto a favor del aporte a las características a investigar, la efectividad en sus campañas, que tienen por objetivo identificar a los actores, los temas predominantes, así como el desarrollo de las narrativas visuales, con

el fin de conocer la manera en que esta red socio digital contribuyó al discurso del movimiento feminista.

La muestra de estudio estuvo conformada por dos organizaciones feministas a favor del aborto legal y gratuito en mujeres y niñas víctimas de abuso sexual, Organización y Fundación que tienen plataformas virtuales a las que se les realizó un seguimiento en las publicaciones, tanto de la organización Surkuna Ecuador como de la Fundación Desafío quienes trabajan desde la misma narrativa que castigar a las mujeres víctimas de violación y por abortar es inconstitucional, de las que se tomaron en cuenta un aproximado de 200 publicaciones en el periodo de enero del 2018 a noviembre del 2019, relacionados con el tema y conformadas por imágenes, de las cuales 50% (100) son infografías y 50% (100) son vídeos, lo que evidencia que el material es elaborado de acuerdo a la necesidad del caso, es importante señalar que los administradores de las cuentas dan prioridad a las convocatorias de marchas en donde se aprecia más constancia en las publicaciones que desean viralizar y obtener un resultado masivo de reacciones y de asistencia debido a que las redes sociales digitales cumplen un papel importante en las jornadas de movilización y acción colectiva.

Resultados

Se empezó por establecer dos casos de estudio para hacer un análisis comparativo del discurso en las Fan Pages de la organización feminista Surkuna Ecuador y la Fundación Desafío, cualitativamente se realizaron entrevistas y acompañamiento a los principales actores sociales y generadores del discurso sobre la criminalización de mujeres por abortar, con el fin de obtener precisión en los datos sobre el tema y así analizar la efectividad comunicacional en los seguidores de la fan Pages.

En estos espacios los movimientos feministas influyen en la construcción de narrativas discursivas, con diferentes estrategias insertadas en procesos comunicacionales en Facebook, los que tienen características en formas y canales para difundir el mensaje en las campañas comunicacionales sobre la criminalización de las mujeres que abortan estos datos importantes se los obtuvieron mediante el trabajo realizado por la revista de bioética y derecho los que se exponen en la figura del mapa figura uno en donde constan datos con los que se basan los colectivos para evidenciar las problemáticas y generar contenido informativo en las páginas consolidando estrategias mediante la difusión de las cifras que muestran la situación preocupante de las mujeres en Ecuador.

Al realizar el estudio de caso se pudo observar que son recurrentes al usar hashtag en los dos casos #NiñasNoMadres (Surkuna) y #AbortoPorViolacion (Desafío) en donde las reacciones de los usuarios han alcanzado altos niveles de aceptación de las piezas comunicacionales como clips audiovisuales con mensajes sobre la campaña niñas no madres, tarjetas informativas sobre la verdadera guagua ecuatoriana, y más contenidos sobre el aborto en Ecuador y el discurso que se teje dentro del contexto, ya que, en el país, no se tiene un conocimiento de las leyes que penalizan a las mujeres por aborto.

Recursos

Se encontró una infografía de un mapeo sobre la criminalización de mujeres por aborto que fue viralizado el 28 de septiembre 2017, y presentados dentro del marco de las Jornadas para la despenalización del aborto, evento organizado por el Frente de Derechos Sexuales y Reproductivos, en FLACSO-Ecuador. Estos mapas fueron adaptados en infografías y publicadas desde las cuentas de los colectivos feministas ecuatorianos”. (Rev. Bioética y Derecho no.43 Barcelona 2018).

En la figura mapa anexo dos se encuentran datos estadísticos de mujeres que son procesadas mediante el COIP por aborto, así como las provincias, en donde se dan la mayor cantidad de casos, las etnias y clase social, estos datos son claves para la generación del discurso de los colectivos feministas con las que se crean campañas comunicativas de origen social. Para obtener datos concretos se realizó entrevistas a los principales actores de las campañas comunicacionales de publicidad social realizadas con el objetivo de identificar las narrativas usadas en cada una, las que se han elaborado en las diferentes páginas de Facebook, y se pudo evidenciar que las personas que están involucradas en las distintas fundaciones y organizaciones tienen gran conocimiento en torno al enfoque de género y tratamiento de las leyes de la constitución de la República del Ecuador, al tratar ciertas categorías y viralizar los discursos que revelan una ideología de género excluyente que criminaliza a las mujeres que eligen interrumpir un embarazo no planificado.

Y por último los Post con mensajes en Facebook se intensificaron desde mediados del año 2019 cuando se intentó reformar los artículos 149 y 150 del COIP, en donde se emprendieron varias campañas entre las que se destacan “Niñas no madres” y “Aborto por violación” las mismas que tenían intenciones de dar a conocer datos sobre la violencia a niñas menores de edad lo que se usó como recurso relevante.

Actores

Los movimientos feministas convocan mediante su plataforma a marchas por la despenalización del aborto por violación en este caso Surkuna Ecuador con la campaña #NiñasNoMadres que se estableció con la finalidad de solicitar al Estado medidas que protejan a la mujer de la violencia y no las criminalice con cárcel a las mujeres que deciden abortar, estas estrategias estaban dirigidas a posicionar sus demandas en Facebook como una de las redes sociales de mayor alcance y la nueva línea de publicidad social que es un método de viralizar temas de coyuntura.

La directora ejecutiva de la organización Surkuna la abogada Ana Cristina Vera Sánchez indicó que:

Con las campañas comunicativas se buscó llegar a los assembleístas, que tienen poder de decisión, a los medios de comunicación y público en general a través de folletos informativos, productos audiovisuales en donde se usó la presencia de personajes influyentes para enviar mensajes y de esa manera poder frenar las desigualdades y estimular la comprensión del enfoque de género proclamada por los movimientos feministas (Vera, 2019) ¹.

Una clara muestra es que mediante Post convocan a marchas a favor de la despenalización del aborto utilizando pañuelos verdes con los que se identifica la causa, Sin embargo, las acciones dirigidas hacia el objetivo que fue reformar al artículo 149 y 150 del COIP de legalizar el aborto en caso de violación, no arrojó los resultados esperados porque el artículo sigue vigente en Ecuador.

Para las organizaciones sociales que apoyan dicho discurso, esto no ha sido impedimento para seguir trabajando en campañas más constantes. Virginia Gómez de

¹ Entrevista realizada a Ana Vera junio 2018

la Torre representante de la Coalición Nacional de Mujeres y de la Fundación Desafío en una rueda de prensa la cual fue transmitida en la página de Facebook dijo que:

El objetivo de quienes trabajan desde diferentes estamentos es visibilizar y respaldar esa problemática que no puede esperar más, que es una deuda que desde el año 2013 las organizaciones vienen trabajando, ya que se pueda tipificar el incesto con una ley que hacen que las niñas que son violadas en el entorno de su familia puedan ser representadas legalmente y no ser sometidas a más violencia al obligarlas a dar a luz al fruto de una violación (Gómez de la Torre, 2019)²

Pero no solo las organizaciones feministas trabajan en el discurso a favor de la despenalización del aborto por violación sino también más colectivos sociales que de igual manera se manifiestan en medios de comunicación tradicionales y plataformas digitales como Facebook con las ya conocidas transmisiones en vivo. Anabell Guerrero miembro del Observatorio de género del Colegio de Abogados de Pichincha en una entrevista dijo:

Queremos que la corte constitucional se pronuncie respecto a la inconstitucionalidad del artículo 150 porque consideramos que el artículo es inconstitucional desde varias aristas, primero porque vulnera el principio del interés superior de las niñas, no podemos dejar de lado las estadísticas que tiene el país respecto al embarazo en niñas de las que alrededor de siete al día dan a luz al hijo de su violador, en este sentido consideramos que es urgente que la corte constitucional se pronuncie, eso es primordial, también el hecho de que las mujeres son encarceladas, cuando en realidad ellas son las víctimas del ataque a su integridad (Guerrero, 2019).³

² Rueda de prensa Virginia Gómez de la Torre (fundación Desafío) 28 de noviembre de 2019 ·

³ Entrevista Radio Sucesos 6 de noviembre del 2019 transmitidas en fan page de Fundación Desafío

Ciertos movimientos indígenas también apoyan el discurso y los espacios de luchas contra todo tipo de violencia hacia las mujeres, Nayra Chalán Quispe Vicepresidenta de la Ecuarunari dice que en sus comunidades son víctimas de violaciones las niñas y mujeres, delitos que no son denunciados “*Estamos hartas de ser violentadas y criminalizadas por las leyes ecuatorianas*” (Chalan, 2019).⁴

Como se puede ver en la tabla anexo tres están los principales actores, la línea discursiva y las acciones en la que trabajan desde la red social en dónde se generan distintos contenidos que son motivo de comentarios a favor y en contra de las campañas y del discurso.

En este sentido, se puede palpar la importancia de las acciones de los diferentes colectivos que apoyan la noción feminista, las que se evidencian mediante la aceptación de los contenidos en las páginas de Facebook, la Fundación Desafío desde su fecha de creación de cuenta en Facebook que fue en julio del 2006, hasta el mes de diciembre del 2019 cuenta con 20,291 seguidores, mientras que Sur kuna Ecuador se creó en el 2014 cuenta con 15,568 personas que siguen la página, en ambos casos comparten temas en común, uno de ellos es la no criminalización a las mujeres por aborto y la despenalización del mismo, en donde los usuarios interactúan en cada publicación con acciones y discursos que se viralizaron en sus cuentas con el hashtag los movimientos feministas han sabido posesionarse muy bien mediante Blogs, perfiles sociales y páginas creando espacios para debatir sobre el tema de la despenalización del aborto con estrategias que consiste en difundir piezas audio visuales que invitan a los usuarios a compartir las campañas que no solo la viralizan en Facebook sino también en otras redes sociales.

⁴ Rueda de Prensa 12 de septiembre del 2019 transmitidas en fan page de Fundación Desafío

En el anexo tabla 5, se representa una matriz en donde se ha tomado en cuenta a los dos movimientos que más sobresalen en este contexto, porque son las que han realizado varias tácticas con recurso multimedia que son acompañados de (imagen, vídeo, infografía) sobre la problemática de la criminalización de las mujeres por aborto, demostrando una alianza estratégica de los movimientos feministas pro aborto por lo que su estructura nos ayuda a comprender las estrategias de comunicación a quién se dirige el contenido y por qué son creados los objetivos, estrategias, las líneas de acción que los movimientos sociales han emprendido.

Esto como una forma de socializar y transmitirles un determinado mensaje que cause algún efecto en su conducta, que no solo cumple con el propósito de informar, sino también que estimula y modifica el comportamiento del público objetivo impulsando en ellos la posibilidad de una transformación social despertando mayor interés en los movimientos feministas a donde han logrado llegar con un alto grado de efectividad en sus convocatorias. Asimismo, se identificó el público al que está dirigida las campañas de publicidad social de ambas cuentas en Facebook en las se estableció la correlación entre ambos colectivos que están de acuerdo con la legalización total del aborto no solo en casos de violación sexual a mujeres y niñas quienes generan contenidos comunicativos relacionados al tema para lograr la unión de más grupos para exigir al Estado se dé la importancia al caso no solo como un tema social sino también de salud pública.

Discurso feminista en internet

El discurso al ser uno de los ejes de vinculación entre el poder y la comunicación se interpreta como: “la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder” (Castells, 2009, pág. 33). En este caso los colectivos feministas a través del discurso demuestran tener el poder de influir sobre los seguidores que respaldan su ideología tomando en cuenta la importancia de la comunicación en la Internet.

Velásquez Luisa (2016) en su trabajo sobre redes sociales y activismo feminista argumenta que:

Las mujeres feministas en el ciberespacio están además haciendo esa transgresión de manera consciente, utilizando esas herramientas para posicionar discursos contra hegemónicos y para buscar y encontrar alianzas políticas más allá de las fronteras y de las imposibilidades materiales de encontrarse con otras feministas de otras regiones (Velásquez, pág. 5).

Refiriéndose a un posicionamiento del feminismo en las redes para llegar con su mensaje, la autora dice que no se necesita de: “campanas muy bien planeadas en un departamento de publicidad” (pág. 5) sino más bien de la esencia de cada feminista para contar sus experiencias. Asimismo, Velásquez (2016) se refiere al:

alcance que por medio de las redes sociales pueden tener los discursos feministas, en específico los radicales que normalmente no han tenido cabida ni siquiera entre otros discursos feministas (...). Han encontrado en internet un espacio donde escribir sus historias, donde construirlas en el presente (Velásquez, 2016, pág. 6).

Las características de los movimientos sociales y los medios en donde fueron viralizados abarcan el alcance de los mensajes a través de las campañas de publicidad social entre los prosumidores, quienes han sentido la necesidad de compartir contenidos de acuerdo a la demanda de los interlocutores. Según Benet y Aldas en el artículo sobre tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria dicen que “es importante recuperar aquí el concepto de interlocutores como parte de una concepción de la comunicación como interacción entre organizaciones y públicos que se interpelan mutuamente y construyen conjuntamente los sentidos” (Benet. Aldas, 2003, pág. 87).

Ventajas y desventajas de campañas en Facebook

- Al ser una aplicación de gran influencia los usuarios se involucran en las campañas y contribuyen a en la difusión.
- Permite el *feedback* en tiempo real.
- Posibilita que el mensaje llegue a un público afín a sus intereses
- Para la organización es una forma económica de llegar a un público objetivo.
- Es una herramienta que llega a millones de usuarios de Internet.
- Notifica información desde el momento de publicación ayudando a controlar las campañas y corregir errores.

Mientras que las desventajas de Facebook como plataforma virtual están las siguientes:

Las campañas deben ser relevantes y hay que actualizarlas constantemente.

Diálogo directo con el usuario en Facebook es necesario un gran esfuerzo porque las reacciones son inmediatas, al ser una aplicación al alcance de todos pueden llegar comentarios violentos y agresiones verbales que afectan a la vulnerabilidad de las personas.

También los colectivos se exponen al acoso o bullying, debido a la inmediatez en la entrega de información. En referencia a las desventajas que se dan al usar Facebook como medio de difusión la autora Velásquez L. (2016) reflexiona sobre:

Los ataques virtuales a activistas y comunicadoras se suman a esquemas misóginos, patriarcales y racistas de pensamiento propio de una sociedad que se basa en estas opresiones y resulta un caldo de cultivo para violencias de todo tipo. Es de esperar que discursos contra hegemónicos generen resistencias porque cuestionan el orden establecido, porque cuestionan certezas y zonas de confort, cuestionan el poder y esto pocas veces es bien recibido (Velásquez, 2016, pág. 6).

Facebook al ser una herramienta muy poderosa permite dar a conocer productos, servicios, y campañas sociales lo que los colectivos feministas han provechado para aumentar la visibilidad de sus campañas a pesar de las ventajas y desventajas.

Conclusiones

Del análisis comparativo del discurso realizado en el presente artículo académico, así como el seguimiento, y los datos obtenidos, se desprenden la siguiente conclusión:

El resultado del seguimiento en las cuentas de Facebook de Surkuna Ecuador y Fundación Desafío contribuye a entender el papel de esta red social digital como herramientas de visibilización del activismo feminista, con campañas de publicidad social, demostrando que Facebook sirve como instrumento de comunicación e interacción entre colectivos feministas, tomando en cuenta las diferentes teorías que se abordan, las que no se dividen de acuerdo a la edad, género, clase social o etnia, sino al contrario esa interacción ha logrado una hibridación socio digital. Asimismo se ha convertido en partícipe de la formación de la opinión pública como medio que influye en la vinculación de movimientos afines a diferentes causas en este caso el rechazo a los artículos 149 y 150 del (COIP) el que criminaliza a las mujeres por aborto, tema que ha encontrado un espacio no solo en redes sociales sino también en el entorno político y de salud pública, el que tomó fuerza en el marco de las reformas al Código Orgánico Penal en el año 2019 , dando inicio a campañas que convocan a movimientos feminista a salir a las calles a demostrar su inconformidad.

Se logró identificar la estrategia de comunicación por parte de los movimientos pro aborto alrededor del debate de la ley que despenaliza el aborto por violación, lo que permitió determinar algunos elementos discursivos en las campañas de la Fan Pages de ambos colectivos mediante el análisis comparativo en la construcción del discurso y las estrategias de comunicación de los movimientos feministas, la observación en cuanto a su contenido, los canales por los que fueron transmitidas y los tipos de

comunicación utilizados para viralizar los mensajes que revelan estrategias con características similares, pero con el mismo objetivo, que es dar a conocer la opinión de los usuarios en un determinado momento y de un determinado tema, lo que permitió reconocer a través de un análisis cualitativo comparativo las semejanzas en los casos de estudio que son necesarios para considerar varios aspectos como el contexto de publicación de los mensajes, pues estos insertan en su contenido infografías, videos, etiquetas hashtags y enlaces que están estrechamente relacionados y que en muchos casos determinan el sentido de los mismos.

En lo expuesto a lo largo del artículo académico se indagó sobre las diferentes narrativas insertados en las estrategias de comunicación posteadas en las fans pages de los colectivos. Y de esa manera, se exponen las formas con las que legitiman el discurso que se transmiten por parte de los colectivos y así, evidenciar la importancia de construir espacios de publicidad social para poder influenciar en la opinión pública.

Lo propuesto en el trabajo permite conocer los discursos que se establecen a través de mensajes en los que se aplican campañas comunicativas en el caso de Surkuna #NiñasNoMadres que se teje en torno al aborto, y como las leyes criminalizan a las mujeres por dicha acción, las que son similares pero con diferentes narrativas mientras que en la Fundación Desafío el mensaje es #AbortoPorViolacion. “No importa la forma en que lo mires, en el fondo siempre hay una adolescente sufriendo luego de una violación” (Fundación Desafío, 2019) que son métodos alternativos para la generación de diferentes discursos con mensajes que son expuestos en las Fan Págs de ambos colectivos provocando que el uso de este método se reproduzca en la sociedad con argumentos a favor del aborto legal y gratuito fomentando un proceso de empoderamiento de las mujeres incentivándolos a decidir sobre su cuerpo.

Se puede visibilizar que en el contexto discursiva entre comunidades particulares que muestran tanto puntos de encuentro como diferencias en la narrativa de las campañas las cuales no solo llegan a los usuarios que siguen las cuentas sino que tienen un alcance a nivel, político, porque personas pertenecientes a distintos partidos son partícipes en ambas campañas , en donde se observó que existe una amplia aceptación de cada recurso ya sea clip audio visual, boletines y afiches informativos foros y más, tomando en cuenta la participación de personajes de farándula e incluso personas que han vivido de cerca la problemática quienes se identifican con los colectivos formando parte de los recursos utilizados en cada campaña, que tienen diversas reacciones por parte de personas que están de acuerdo con la narrativa expuesta en la página.

Se puede comprobar la gran cantidad de aceptación de los posteos con el hashtag niñas no madres y aborto por violación las que llegan a un muy alto nivel de alcance por las veces que se comparten, las reproducciones, y los comentarios que se viralizan con facilidad y rapidez, pero existe un porcentaje pequeño de personas que a pesar de no seguir la página están atentos a cada publicación y reaccionan con opiniones conservadoras en contra del aborto.

Hay aspectos que son básicos en lo que se expone en las campañas comunicativas de las organizaciones, primero lo que motivó a que los movimientos feministas se inclinen por la difusión de campañas que defienden la legalización del aborto y la no criminalización de las mujeres que han realizado esa acción, porque como se manifestó en Ecuador ya hay una cifra importante de mujeres que son procesadas legalmente por aborto.

Entre las dos páginas de Facebook que son objeto de estudio se evidencia que existe una relación de intertextualidad sobre la temática de las publicaciones que denotan un

patrón discursivo promovido por ambos colectivos que ha influido de forma directa, en lo social y comunicativo haciendo que el prosumidor en la Red sea vinculado a una cultura mediática feminista y un comportamiento diferencial sobre la criminalización del aborto. Solicitando apoyo al Estado Ecuatoriano para que se den políticas que no penalicen a las mujeres que terminan su embarazo y que se tome en cuenta a este sector de la sociedad que requiere ser tomado como un problema de salud pública.

Por último, aclaró que en este trabajo no busco defender alguna postura ideológica sino, evidenciar como el discurso y el poder tienen una fuerte relación. Considero que es importante que los comunicadores sociales no dejemos pasar por alto las luchas sociales de los colectivos, tenemos que retransmitir el esfuerzo y la lucha social que los colectivos feministas han realizado a través de los años.

Referencias bibliográficas

- Aguilera, S. (2009). *Una aproximación a las teorías feministas*. Recuperado de <http://universitas.idhbc.es/n09/09-05.pdf>
- Aldana, R. (2000). *Reseña de La era de la información, realidades y reflexiones sobre la globalización de Manuel Castells*. Recuperado de file:///C:/Users/Lilian%20Cristina/Downloads/art%C3%ADculo_redalyc_13861811.pdf
- Arroyo, B. (2018). Tenemos que Hablar del Aborto. Recuperado de <https://www.vistazo.com/seccion/pais/actualidad-nacional/tenemos-que-hablar-del-aborto>
- Barthes, R. (1977). *Retórica de la Imagen*. Recuperado de http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=71
- Castello, S. (2008). *Despenalización del aborto y nuevo proyecto constitucional: un tema polémico*. Recuperado de <http://www.flacso.org.ec/docs/i32castello.pdf>
- Castro, E. (2017). *Análisis del discurso visual de Facebook. Un proceso de empoderamiento social y desacralización del poder de Hosni Mubarak*. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-654X2017000100061
- Cevallos, M., Ruales, G., Vera, V., Yépez, A., y Zaragocin, S. (2018). *Mapeando la criminalización del aborto en el Ecuador*. Recuperado de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1886-58872018000200009

- “Colectivo de geografía Crítica del Ecuador” (2017). Recuperado de <https://geografiacriticaecuador.org/2017/04/24/informacion-para-abordar-las-violencias-contra-las-mujeres-en-medios/>
- CEDA, W. (2017). *Observaciones finales sobre los informes periódicos octavo y noveno combinados del Ecuador; Información proporcionada por Ecuador en virtud del procedimiento de seguimiento de las observaciones finales*. Recuperado de. https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/ECU/CEDAW_C_ECU_CO_8-9_Add-1_19535_S.pdf
- Chango, K. (2001). *Claves para entender la campaña para despenalizar el aborto en Ecuador*. Recuperado de <http://contexto.gk.city/ficheros/claves-entender-la-campana-despenalizar-el-aborto-ecuador/cuantas-mujeres-son>
- Delgado, D. (2016). *La despenalización del aborto en la legislación ecuatoriana*. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5752/1/T-UCSG-PRE-JUR-DER-MD-13.pdf>
- De las Heras Aguilera, S. (2008). *Una aproximación a las teorías feministas*. Recuperado de <http://universitas.idhbc.es/n09/09-05.pdf>
- Desafío Fundación. Recuperado de <https://www.fundaciondesafio-ec.org/>
- Gómez de la Torre, V. (2017). *Vidas robadas Situación de la maternidad forzada en niñas del Ecuador*. Recuperado de <https://ninasnomadres.org/wp-content/uploads/2017/03/Entre-la-omision-y-la-premeditacion.pdf>
- Organización Surkuna Ecuador. Recuperado de <https://www.facebook.com/Surkuna.ec/>
<http://surkuna.org/sitio/>

Portillo, J. (2016). *Planos de realidad, identidad virtual y discurso en las redes sociales*.

Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-32622016000100004&lang=es

Rev. Bioética y Derecho no.43 Barcelona (2018) *Mapeando la criminalización del aborto en el Ecuador*. Recuperado de

http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1886-58872018000200009

Suárez, D. (2014). *¿Qué estás pensando?" El dispositivo de enunciación en la red social Facebook*. Recuperado de

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282014000100005&lang=es

Torres, E. (2015). *Construcción de opinión pública a través de comentarios escritos en periódicos digitales y redes sociales: intolerancia y cultura política en el contexto de la sociedad red en la ciudad de Quito*". Recuperado de

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10083>

Vargas, A. (2015). *Redes sociales, literacidad e identidad (es): el caso de Facebook*.

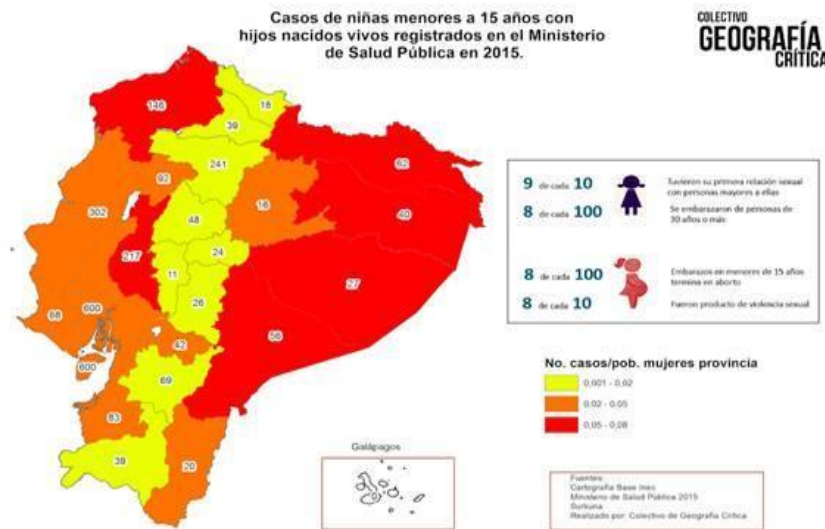
Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/calj/v18n1/v18n1a02.pdf>

Velázquez, L. (2016). *Redes Sociales y Activismo Feminista*. Recuperado de

http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/panel_1_4_luis_a_velazquez_spanish.pdf

Anexos

Figura 1. Registro de menores a 15 años con hijos nacidos vivos en el Ministerio de Salud Pública en 2015.



Fuente: (Rev. Bioética y Derecho no.43 Barcelona 2018)

Figura 2. Mujeres criminalizadas por abortar en Ecuador



Fuente: Surkuna 2018

Tabla 3. Principales actores del discurso a favor de las mujeres criminalizadas por aborto

Actor/Organización	Línea Discursiva	Líneas de acción
Ana Cristina Vera Sánchez Directora y abogada de la Organización Surkuna Ecuador	Las mujeres tienen derecho a decidir sobre su cuerpo.	Campañas comunicativas en Facebook sobre #NiñasNoMadres
Virginia Gómez de la Torre representante de la Coalición Nacional de mujeres y Fundación Desafío	Somos una Institución que trabaja por la equidad de género y el ejercicio de los derechos sexuales y reproductivos Las mujeres tienen la libertad de decidir sobre	Campañas comunicativas en Facebook Déjame decidir #AbortoPorViolación #EsConstitucionalDecidirSobreNuestroCuerpo

	su cuerpo y su sexualidad.	
Anabell Guerrero miembro del Observatorio de género del Colegio de Abogados de Pichincha	Considera que nadie ha sido justo con las niñas violadas.	Hace un llamado a los miembros de la Corte Constitucional, para que se pronuncien sobre la decisión del ejecutivo con respeto al aborto en casos de violación

Elaborado por: Lilian Simbaña

Tabla 4. Estrategias de Comunicación en Fan Pages Surkuna Ecuador sobre la criminalización de mujeres por aborto

Objetivos	Estrategias	Líneas de acción	Línea discursiva	movimientos Sociales	Medios digitales
Visibilizar la problemática del aborto por violación	Difusión mediante campañas de publicidad social en torno a la criminalización de mujeres por aborto	Tarjetas informativas sobre convocatoria a marchas por la despenalización del aborto	Penalizar el aborto es una forma de violencia hacia la mujer	Organización feminista Surkuna Ecuador	Fan Pagés
Viralizar contenido De clips audiovisuales	Video de personajes influyentes	Campaña en redes sociales con el hashtag #niñasnomadres	*esta soy yo cuando era niña a la edad de x años me gustaba, ir a la escuela y aprender música, no imagino mi vida en ese	Organización feminista Surkuna Ecuador	Fan Pagés

			momento teniendo la hija de un violador, las niñas son niñas, las niñas no son madres”.		
Solicitar al estado ecuatoriano la aprobación de proyectos de inversión para la implementación de la Política Intersectorial del embarazo en adolescentes	Transmisión en vivo Tarjetas informativas con	Rueda de prensa Estadísticas con datos relevantes sobre la problemática	“La reducción del presupuesto en prevención de embarazo en niñas y adolescentes sacrifica la posibilidad de que niñas y mujeres tengan una vida digna”	Abogada Ana Cristina Vera Sánchez Directora ejecutiva de la organización Surkuna	Fan Pagés

Incentivar a los seguidores a firmar una petición para exigir al Estado. La prevención de la violencia contra las mujeres y niñas y del embarazo en niñas y adolescentes debe ser prioridad en Ecuador.	Hipervínculo a formulario	Campañas de viralización con el hashtag #MujeresyNiñas SinPresupuesto	dos cosas que puedes hacer para ayudar a que esta petición sea victoriosa 1 Comparte con tus amigos para que se sumen a la causa 2 Patrocina esta petición para que se muestre a otros firmantes de Change.org.	Organización feminista Surkuna Ecuador	Fan Pagés
---	---------------------------	---	---	--	-----------

Elaborado por: Lilian Simbaña

Tabla 5. Estrategias de Comunicación en Fan Pages de la Fundación Desafío sobre la criminalización de mujeres por aborto

Estrategias	Tácticas	Líneas de acción	Línea discursiva	Sujeto Social	Medios digitales
Promoción de la defensa de los Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos.	Transmisión en vivo de rueda de prensa con representante s de distintos movimientos que rechazan el artículo 149 del COIP	Marchas para solicitar a la Asamblea dejar sin efecto el artículo 149 del COIP	Demandar al Estado por la inconstitucionalidad por no despenalizar el aborto por violación	Fundación Desafío	Fan Pagés
Viralizar contenido de estadísticas relevantes sobre el tema	Video de estadísticas de casos de niñas que han sido madres producto de una violación	Campaña en Facebook con el hashtag #LOIVSinPresu puesto nos pone en riesgo.	Las estadísticas no cambiarán si el Estado sigue sin enfrentar la realidad y el contexto en el que viven miles de mujeres.	Fundación Desafío	Fan Pagés

Solicitar al Tribunal que debe argumentar cómo es constitucional que niñas violadas estén condenadas a convertirse en madres, pena de ser procesadas."	Publicación en prensa escrita y digital "EL COMERCIO"(21 nov,2019	Campaña en Facebook con el hashtag #AbortoPorViolación y convocatoria a marchas	¿Castigar a las mujeres víctimas de violación por abortar es inconstitucional ?	Fundación Desafío	Fan Pagés
Incentivar a los seguidores a salir a las calles a manifestar.	Convocatoria por parte de representante s de movimientos a favor del aborto por violación	Campaña en Facebook con el hashtag #EsConstitucion alDecidirSobreN uestroCuerpo	Todas a la Corte Constitucional del Ecuador hasta que nos den audiencia pública para hablar de #AbortoPorViolación	Fundación Desafío	Fan Pagés

Sensibilizar a los miembros de la Corte Constitucional del Ecuador	Tarjeta informativo de una guagua de pan embarazada	Campaña en Facebook con el hashtag #La verdadera guagua ecuatoriana	“Los miembros de la Corte, son quienes deben pronunciarse sobre el veto parcial, entregado por el ejecutivo, sobre la reforma del artículo 149 del COIP, para que el aborto por violación sea no punible.”	Fundación Desafío	Fan Pagés
--	---	---	--	-------------------	-----------

Elaborado por: Lilian Simbaña